OFFICE DES
PROFESSIONS
DU QUÉBEC

930, CHEMIN STE-FOY
QUÉBEC 6
G1S 2L4

A

L'EMERGENCE D'UN POUVOIR REEL DES CONSOMMATEURS DE SERVICES PROFESSIONNELS.

René DUSSAULT, président
de l'Office des professions
du Québec.

Allocution prononcée à Montréal
devant les représentants du public
aux Bureaux des corporations professionnelles,
le 26 septembre 1975.

La présence de représentants du public aux Bureaux des corporations professionnelles constitue une expérience de participation originale et très exigeante. L'intérêt que vous portez au rôle qui vous est confié, et que démontre votre présence ici aujourd'hui, augure bien pour le succès de cette entreprise capitale pour la protection du public dans le domaine des services professionnels. Je crois donc l'occasion bien choisie pour rappeler brièvement et tâcher d'approfondir avec vous les objectifs fondamentaux de cette importante innovation de la réforme des professions au Québec, et pour vous suggérer certains champs d'action.

Rétablir le dialogue entre professionnels et usagers

Au-delà d'une protection du public limitée à la détection et à la sanction des fautes professionnelles, la réforme des professions entreprise au Québec vise à mieux intégrer à la société les corporations professionnelles et leurs membres.

En raison du développement considérable des connaissances, de la spécialisation croissante des tâches et, admettons-le, du peu d'efforts tentés par les spécialistes pour vulgariser leurs connaissances et rendre leur langage accessible aux usagers, le dialogue traditionnel entre professionnels et clients a été rompu.

Aussi, s'il est difficile, aujourd'hui, de personnaliser autant qu'autrefois la relation entre le professionnel et son client, il importe de créer de nouveaux liens entre professionnels et usagers afin de garantir la pertinence des services professionnels par rapport aux besoins de ces derniers.

En effet, les reproches adressés aux professionnels depuis quelques années ne concernent plus seulement la qualité technique des actes posés; ils portent davantage sur les conditions présidant à la distribution des services professionnels — leur caractère impersonnel, leurs coûts de plus en plus élevés, leur carence dans certaines régions — ou sur le fait que ces services ne correspondent pas toujours aux besoins du client.

Ce dernier reproche est récent et il est plus facile d'en donner des illustrations que d'en définir le contenu. Qu'on songe seulement à la consommation considérable de médicaments, et particulièrement de tranquillisants, prescrits et distribués par des professionnels de la santé. Cette situation n'illustre-t-elle pas les difficultés d'adaptation de nos services de santé aux nouveaux besoins exprimés dans notre société? On peut difficilement admettre, en effet, que les tranquillisants soient la réponse commune à divers problèmes soumis aux sciences

de la santé. On doit évidemment chercher d'autres réponses.

Dans le domaine de la justice, on sait qu'un nombre considérable de citoyens négligent ou refusent de faire valoir leurs droits; les sondages tenus pour le compte de la Commission Prévost, il y a quelques années, indiquent même une dégradation sensible de l'image sociale de la profession juridique. N'y a-t-il pas là des indices que, malgré un effort accru pour vulgariser les connaissances juridiques, l'augmentation du nombre des avocats et l'adoption de mesures comme celles de l'aide juridique et des petites créances, la distance s'agrandit entre ces professionnels et le public?

La primauté des besoins du consommateur

Le malaise provient de ce qu'on a trop longtemps considéré les professionnels comme les seules personnes aptes à répondre à certains besoins et surtout comme les seules habilitées à les définir. Orientés vers l'accomplissement d'actes techniques sophistiqués et vers l'acquisition de connaissances scientifiques, les professionnels ont peut-être trop tenté de définir les besoins de leurs clients en fonction de leur technique et de leurs connaissances plutôt que d'adapter celles-ci aux besoins exprimés par ces clients. Dans le domaine de la santé, par exemple, c'est ce

qui explique qu'on s'est trop longtemps intéressé à la phase aigüe de la maladie au détriment de la prévention de celle-ci et de la réadaptation du malade.

A mesure que de développe une technologie de plus en plus poussée, qui comporte indéniablement plusieurs aspects positifs, la frustration du public ne cesse de croître dans ses relations avec le monde de la santé, de la justice, de l'éducation, des services sociaux et autres. Souhaitable en soi, le développement technologique doit s'accompagner d'un effort accru de vulgarisation des connaissances et de communication avec le public. Or, il faut bien avouer que les professionnels et les technocrates ont trop souvent maintenu le public dans l'ignorance et renforcé le mythe de la compétence exclusive du spécialiste.

Le membre externe, porte-parole du public

Il importe d'éviter qu'une trop grande distance s'établisse entre le spécialiste et l'usager et aussi de donner à ce dernier une plus grande autonomie dans la définition de ses besoins et un meilleur contrôle du spécialiste qui a vocation de le servir. Chargés de canaliser l'expression des besoins de leurs concitoyens et de s'en faire les porte-paroles auprès du monde professionnel, les représentants du public à la table de décision des corporations professionnelles sont parmi les principaux agents d'une meilleure adaptation du professionnalisme aux besoins des usagers. Par leur

vigilance constante et, à l'occasion, par leur critique vigoureuse et constructive, ils peuvent rendre les professionnels davantage conscients de la nécessité d'être à l'écoute du public. Alors seulement pourrons-nous véritablement prétendre que la réforme des professions met le professionnalisme au service de la population.

Le public ne peut en effet laisser aux seuls professionnels le pouvoir de veiller sur ses intérêts. Les risques de conflits entre l'intérêt public et l'intérêt des professionnels sont trop évidents. Le représentant du public à la direction des corporations professionnelles doit faire en sorte que ces dernières soumettent leur action aux besoins réels des consommateurs.

Deux champs d'action privilégiés

Dans leur participation à la direction des diverses corporations professionnelles, les représentants du public ne doivent pas craindre d'intervenir sur des sujets jusqu'à présent considérés comme réservés aux seuls spécialistes. En particulier, la formation continue et l'information aux usagers sont deux domaines qui, de l'avis de l'Office des professions, pourraient constituer d'excellents centres d'intérêt pour les membres externes.

La formation continue: une action dynamique des représentants du public dans ce domaine permettrait d'orienter davantage les efforts de formation continue vers la solution des problèmes les plus courants des usagers plutôt que vers la seule acquisition des techniques de pointe les plus sophistiquées. Elle aiderait également à conférer une dimension sociale aux programmes de formation continue, notamment par la recherche de meilleures conditions de distribution des services professionnels.

L'information des usagers: cet aspect essentiel d'un professionnalisme orienté vers l'intérêt du public a été trop longtemps négligé par un grand nombre de corporations professionnelles. Il serait donc intéressant que les membres externes se fassent les promoteurs, à l'intérieur des corporations, d'un programme d'information qui porterait sur la nature des services offerts par leurs membres et sur les divers aspects de la pratique professionnelle. La disponibilité de tels renseignements permettrait au public de mieux juger de la pertinence des services qu'il reçoit.

Pour une action mieux concertée

Votre travail comme représentants du public au sein des corporations professionnelles exige de vous beaucoup de disponibilité et un sens aigu de votre mandat de protection du public.

L'expérience en cours permettra certes de traduire le contenu de ce mandat dans des objectifs précis. C'est dans ce but d'ailleurs que l'Office des professions souhaite continuer d'organiser, si possible, deux fois par année, une rencontre avec l'ensemble des membres externes et aussi, selon les circonstances, avec des représentants du Conseil interprofessionnel et des corporations professionnelles.

Il importe, en effet, qu'en tant que représentants du public vous ayez entre vous des contacts suivis pour discuter de vos préoccupations communes et pour partager les résultats de vos expériences. Ceci, à notre avis, vous permettra de participer de façon encore plus active à l'évolution du mécanisme de représentation du public à la direction des corporations professionnelles, favorisant ainsi l'émergence d'un pouvoir réel des consommateurs dans le domaine des services professionnels.

L'Office des professions est conscient que sa responsabilité essentielle est de veiller à ce que chaque corporation professionnelle assure la protection du public. Il lui semble cependant qu'il lui sera d'autant plus facile d'être vigilant et efficace qu'il se sentira appuyé et même aiguillonné par ceux qui ont pour fonction d'être les représentants du public au sein des corporations professionnelles.